

TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PALEMBANG

Melis

Dosen Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri

(STEBIS IGM) Palembang

Email: melis@stebisigm.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa di PT Bank Syariah Mandiri cabang Palembang berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui kuisisioner, wawancara, observasi, serta dokumentasi maka dihasilkan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Palembang berada di posisi puas dengan persepsi dimensi “empathy” sebagai dimensi yang mendominasi tingkat kepuasan nasabah tersebut. PT Bank Syariah Mandiri cabang Palembang perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan pengguna jasa. Hal ini sebagai bukti perhatian Bank Syariah Mandiri cabang Palembang terhadap kepuasan nasabah dan pengguna jasa lainnya.

Kata Kunci : *Kepuasan Nasabah, Pelayanan, BSM Palembang*

DASAR PEMIKIRAN

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang secara rinci menjelaskan landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Kebijakan pemerintah yang ikut mendorong berkembangnya layanan perbankan syariah membawa konsekuensi pada tingginya tingkat persaingan. Di tengah-tengah persaingan yang sangat ketat dewasa ini, bank diharuskan menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh lini produk dan jasanya. Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakikatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktivitas keuangannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan nasabahnya.

Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberi nilai pelanggan yang tinggi. Menurut Michael Lanning (2004: 44) dalam karyanya *Delivering Profitabel Value*, sebuah perusahaan harus mengembangkan satu proposisi nilai yang superior secara bersaing, dan sistem penyerahan nilai yang superior. Proposisi nilai

sebuah perusahaan adalah jauh lebih dari sekedar positioningnya pada suatu atribut tertentu.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator pengikat loyalitas konsumen adalah inti dari usaha di bidang jasa termasuk di dalamnya dunia perbankan. Sehingga pihak manajemen lebih banyak memfokuskan pada sisi ini. Penelitian-penelitian yang dilakukan oleh manajemen maupun pihak luar pun banyak yang ditujukan untuk mengukur dan menilai kualitas pelayanan guna menentukan strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Layanan pada Bank Syariah Mandiri cabang Palembang ada tiga hal antara lain, memenuhi kebutuhan nasabah bahkan diupayakan melampauinya, memberi nilai tambah, dan membangun efek kagum. Sedangkan 3 hal mengenai mengapa Bank Syariah Mandiri cabang Palembang melayani nasabah adalah bisnis Bank Syariah Mandiri cabang Palembang adalah bisnis layanan, Bank Syariah Mandiri cabang Palembang ada karena ada nasabah, dan layanan adalah pembeda.

Bank Syariah Mandiri cabang Palembang memiliki semboyan kerja layanan yang meliputi : (1) *Ikhlas*: melayani masalah dengan niat tulus karena Allah SWT, menganggap efektifitas melayani sebagai ibadah, berusaha senantiasa melayani untuk meraih keridhaan Allah SWT, senantiasa berfikir jernih & berbicara benar saat melayani atau saat menerima komplain, menampilkan sikap terpuji & perilaku teladan bagi sesama rekan kerja. (2) *Cepat*: menyelesaikan pekerjaan sesuai standar waktu yang dijanjikan, cepat tanggap terhadap kebutuhan Nasabah, terampil dalam melayani. (3) *Tepat*: akurat dan disiplin dalam bekerja, melakukan setiap pekerjaan dengan benar hingga selesai, tidak menunda-nunda pekerjaan

Tiga unsur layanan Bank Syariah Mandiri cabang Palembang adalah (Anonim, 2010: 326) : (1) Fisik, yaitu gedung/bangunan (2) Insani, yaitu sumber daya manusia (SDM), (3) Proses, yaitu saat pemrosesan untuk menciptakan kepuasan pengguna jasa perlu adanya kualitas pelayanan dalam dunia perbankan. Kualitas pelayanan tersebut meliputi lima dimensi, yaitu keandalan */reliability*, daya tanggap */responsiveness*, jaminan */assurance*, empati */emphaty*, dan bukti fisik */tangible* (Fandy Tjiptono, 1997).

Bank Syariah Mandiri cabang Palembang sebagai badan usaha yang melayaniproduk-produk perbankan seperti halnya bank-bank Islam lainnya, dituntut untuk dapat menciptakan mitra kerja yang baik dengan memberikan pelayanan yang maksimal dalam upaya untuk menciptakan kepuasan bagi para pengguna jasa agar tetap unggul dalam persaingan. Selain itu Bank Syariah Mandiri juga harus menciptakan citra yang baik bagi para pengguna jasa dengan cara memberikan kepastian dalam pelayanan yang dijanjikan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa perlu untuk meneliti dengan judul “Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang”.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah berdasarkan dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Bank Syariah Mandiri cabang Palembang pada tahun 2015?
2. Bagaimana persepsi nasabah dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri cabang Palembang?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat *kualitatif deskriptif*, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, dengan cara menyajikan, menganalisis dan menginterpretasikan data. (Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, 2007:44)

Penelitian ini menggunakan metode *deduktif*. Metode *deduktif* adalah suatu proses yang dimulai dari pengetahuan yang bersifat umum, dan bertolak pada pengetahuan umum yang kita kehendaki menilai suatu kejadian yang khusus. (Sukardi, 2003:12). Metode ini dipakai suatu dasar dalam mengolah data yang berkaitan dengan pedoman yang bersifat umum. Mengenai yang berhubungan dengan eksistensi penelitian dalam mengembangkan sistem dan metodenya. Metode ini peneliti gunakan untuk menganalisa data yang diperoleh sehingga menghasilkan kesimpulan yang berlaku umum ke khusus.

LANDASAN TEORI

1. Kepuasan dan tingkat kepuasan

Definisi kepuasan /ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. (Fandy Tjiptono, 1996)

Kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Arti dari kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/performansi (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2001). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Metode-metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: (Kotler, 2001)

- a. Sistem keluhan dan saran /*Complain and suggestion system*.
- b. Survey pelanggan /*Customer surveys*.
- c. Pembeli bayangan /*Ghost shopping*.
- d. Analisa kehilangan pelanggan /*Lost customer analysis*.

2. Pelayanan

Customer Service berasal dari dua kata yaitu *Customer* yang berarti pelanggan dan *Service* yang berarti pelayanan. Pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Sedangkan Pelayanan Nasabah atau *Customer Service* menurut Buku Operasional Bank Rakyat Indonesia adalah kelompok kerja pelayanan yang merupakan himpunan dari pegawai yang profesional dibidang pelayanan dan ditujukan untuk meningkatkan kepuasan kepada nasabah, dengan cara memenuhi harapan dan kebutuhannya. (Kasmir, 2002)

Pelayanan menurut Philip Kotler (2001) merupakan penunjang pemasaran produk dan sekaligus dapat dilihat sebagai pusat keseluruhan paket/masing-masing memenuhi, maka dengan sendirinya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Pendapat ini dilatarbelakangi oleh konsep pemasaran yang menekankan bahwa kunci keberhasilan kegiatan pemasaran adalah kepuasan seorang konsumen.

3. Nasabah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Menurut Wikipedia nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain.

HASIL ANALISIS DATA

Analisis pada data 35 pengguna jasa pada Bank Syariah Mandiri cabang Palembang yang menjadi responden dalam penelitian ini diketahui 74,3% terdiri dari pria dan 25,7 wanita dan sebagian besar berumur 21 sampai dengan 30 tahun yaitu

sebesar 68,6%, sedangkan untuk tingkat pendidikan terakhir cukup bervariasi Akademi/Diploma sebesar 14,3%, SMP sebesar 5,7%, paling tinggi pendidikan terakhir responden adalah SMA sebesar 80%. Sedangkan untuk karakteristik pekerjaan di dominasi oleh pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 77,1%, kemudian diikuti oleh pegawai swasta sebesar 22,9%. Untuk domisili responden mayoritas berasal dari luar kota Palembang, yaitu sebesar 82,9%. Sedangkan jenis pengguna jasa 100% diisi oleh responden pendanaan.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pencarian sampel responden untuk memperoleh informasi tentang persepsi nasabah berdasarkan dari dimensi kualitas pelayanan tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Palembang dapat memenuhi persyaratan data yang akurat, dimana gambaran responden menunjukkan informan yang obyektif.

Adapun hasil yang telah diolah menunjukkan bahwa untuk nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Palembang, persepsi dimensi kualitas pelayanan antara lain adalah bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), namun dengan komposisi yang berbeda pada masing-masing penilaian.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa responden pengguna jasa Bank Syariah Mandiri cabang Palembang belum memperoleh kepuasan yang penuh dari dimensi pelayanan bukti fisik (*tangibles*) dengan ditunjukkan nilai tidak puas sebesar 1%, kehandalan (*reability*) ditunjukkan nilai tidak puas sebesar 2,9% dan daya tanggap (*responsiveness*) nilai tidak puas sebesar 1,4% berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri cabang Palembang. Dimana bukti fisik (*tangibles*) Bank Syariah Mandiri cabang Palembang mengenai pengadaan gedung & bangunan, fasilitas fisik yang dimiliki (ruang tunggu dan ruang akad, dan lain-lain), serta kerapian penampilan fisik karyawan belum mampu memberikan kepercayaan secara maksimal kepada nasabah, sehingga tingkat menciptakan adanya ketidakpuasan bagi pihak nasabah. Kehandalan (*reability*) Bank Syariah Mandiri cabang Palembang mengenai kemampuan melakukan pelayanan tepat waktu, kemampuan melakukan pelayanan pada saat yang tepat, ketepatan bank dalam memenuhi janji, dan kemampuan bank dalam memecahkan masalah nasabah belum mampu memberikan kepercayaan kepada pengguna jasa, sehingga tingkat kepuasan juga sedikit.

Kemudian daya tanggap (*responsiveness*) Bank Syariah Mandiri cabang Palembang mengenai keahlian seluruh karyawan dalam memberikan informasi dengan jelas dan terinci tentang pelayanan yang akan diberikan, kecepatan dan ketepatan seluruh karyawan dalam memberikan pelayanan, kesediaan seluruh karyawan membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah dan kesediaan seluruh karyawan dalam meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat juga belum memberikan kepercayaan yang maksimal kepada pengguna jasa, sehingga pelayanan

yang diterima dirasa kurang memuaskan pengguna jasa Bank Syariah Mandiri cabang Palembang.

Hal ini akan menjadi evaluasi dan perbaikan selanjutnya bagi pihak Bank Syariah Mandiri cabang Palembang untuk lebih meningkatkan kembali pelayanan dari segi bukti fisik (*tangibles*), kehandandalan (*reability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) kepada nasabah. Kemudian berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa dimensi jaminan (*assurance*) memperoleh hasil dengan nilai puas sebesar 57,9%, dan nilai sangat puas sebesar 30,7%,

Kemudian dari dimensi empati (*empathy*) memperoleh hasil dengan nilai puas sebesar 51,4%, dan nilai sangat puas sebesar 12%. Dari kedua dimensi kualitas pelayanan di atas dapat diketahui bahwa responden pengguna jasa Bank Syariah Mandiri cabang Palembang mempunyai tingkat kepuasan yang baik atas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri. Di mana jaminan (*assurance*) Bank Syariah Mandiri cabang Palembang mengenai kompetensi seluruh karyawan dalam bidang kerjanya, keramahan dan kesopanan seluruh karyawan, penanaman kepercayaan bank kepada karyawannya, dan rasa aman nasabah dengan transaksi yang mereka lakukan, memberikan kepuasan yang cukup kepada pengguna jasa atas pelayanan yang diberikan. Selanjutnya empati (*empathy*) Bank Syariah Mandiri cabang Palembang mengenai pengetahuan Bank akan minat dan kemauan nasabah, kesabaran dan kerendahan hati karyawan melayani nasabah, kepemilikan jam kerja karyawan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, pemahaman seluruh karyawan dalam memahami kebutuhan nasabah, dan Bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak memandang status sosial memberikan kepuasan yang lebih kepada pengguna jasa, sehingga pengguna jasa merasa nyaman menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Palembang.

Dari hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk dimensi jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) mempunyai hasil yang positif untuk tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Palembang. Pihak Bank Syariah Mandiri cabang Palembang telah mampu memberikan pelayanan yang baik dan harus dapat mempertahankan yang telah dicapainya, terutama dari dimensi jaminan, dan empati.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Palembang sudah menempati posisi puas, walaupun ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang menyatakan tidak puas akan tetapi secara keseluruhan tertutup oleh nilai puas yang dominan menurut responden yang ada. Awal mula kepuasan nasabah berasal

dari *Customer Service*, *Security* dan bagian *front line* lainnya. Fasilitas fisik dan teknologi yang dimiliki Bank Syariah Mandiri cabang Palembang sudah sesuai dengan standar fasilitas dan kelayakan perusahaan. Begitu juga dengan kecakapan sumber daya insani yang dimiliki menciptakan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi selama berada di lingkup Bank. Karyawan Bank Syariah Mandiri cabang Palembang menyatakan bahwa preferensi kepuasan nasabah adalah pelayanan yang baik (*excellent service/good service*), pelayanan yang baik tercipta dari kinerja dan kualitas sumber daya insani yang kompeten. Rasa puas bagi nasabah tercipta dari pelayan yang baik yang menciptakan kenyamanan nasabah terhadap fasilitas yang tersedia dari pihak Bank, jika nasabah merasa nyaman maka faktor lainpun akan dirasa baik oleh nasabah,

2. Persepsi kepuasan nasabah meliputi lima dimensi kualitas pelayanan, antara lain : dimensi bukti langsung (*tangible*), dimensi kehandalan (*reability*), dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*) dan dimensi empati (*empathy*). Berdasarkan hasil analisis dimensi jaminan (*assurance*) dan dimensi empati (*empathy*), mempunyai nilai yang lebih dominan kepada nasabah dengan tingkat kepuasan nasabah lebih tinggi jika dibandingkan dengan tiga dimensi lain, yaitu dimensi bukti fisik (*tangible*), dimensi kehandalan (*reability*), dan dimensi daya tanggap (*responsiveness*).

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian tentang tingkat kepuasan nasabah ini, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan layanan agar lebih memuaskan, pihak manajemen Bank Syariah Mandiri cabang Palembang sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi bukti langsung (*tangible*), dimensi kehandalan (*reability*) dan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan tidak menyampingkan dimensi yang lain yaitu dimensi jaminan (*assurance*) dan dimensi empati (*empathy*). Hal ini bisa dilakukan dengan peningkatan pada fasilitas fisik yang dimiliki agar dirasa lebih nyaman oleh nasabah, peningkatan pada kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayan dan pemenuhan janji, kemampuan dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh nasabah, dan peningkatan pada aspek kesediaan dan keahlian sumber daya insani dalam penyampaian informasi layanan dan pemberian solusi kepada nasabah yang sedang menghadapi masalah.
2. Nasabah yang puas akan setia lebih lama. Maka sebaiknya pihak manajemen Bank Syariah Mandiri cabang Palembang melakukan pemantauan (*maintenancing*) dan pengukuran terhadap kepuasan nasabah karena hal ini telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan nasabah.

3. Keramahan dan kesopanan adalah kunci kenyamanan nasabah maka pihak manajemen Bank Syariah Mandiri cabang Palembang ada baiknya lebih meningkatkan keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah, bukan berarti dalam hal ini keramahan dan kesopanan Insaninya kurang, akan tetapi dengan lebih meningkatkan keramahan dan kesopanan akan lebih menarik simpatik dan ketertarikan nasabah terhadap perusahaan beserta produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. (edisi Indonesia oleh Hendra Teguh, Ronny dan Benjamin Molan). Jakarta: PT Indeks
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1999. *Consumer Behavior*. Jakarta: Erlangga Prasetijo
- Ristiyanti dan Lhalaw, Jhon J. O. I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi offset
- Sukardi. 2003. *Metode Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Susanti, Yuliana A. 2011. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pada Bank Syariah Mandiri Cabang”.

